

# Desenvolupament econòmic local

*Alain Jordà*

187

## Resum

L'article dóna criteris i pautes per definir polítiques de desenvolupament econòmic d'un territori a l'escala municipal/comarcal en el nou context global de l'economia del coneixement que produirà canvis en la jerarquia de les ciutats. La col·laboració dels agents del territori és essencial per tirar endavant aquestes polítiques mentre que l'administració municipal ha d'assumir el doble rol de catalitzadora i de canalitzadora de les polítiques de les administracions superiors cap al territori.

## 1. El context global

El desenvolupament econòmic s'ha vist completament modificat durant les últimes dècades a través del fenomen de la globalització que ha significat que els moviments de mercaderies, informació i capitals s'han accelerat i facilitat de tal manera que avui podem trobar, en la cadena de valor de qualsevol producte o servei, elements provinents, cadascun d'ells, de diferents parts del món.

Això ha tingut per efecte que, per a cada producte/servei, els components de la cadena de valor s'obtinguin del proveïdor més adient (millor balanç de preu-qualitat-servei), independentment del lloc del món on s'hagi produït. En aquest context, els països econòmicament avançats, entre els que hi ha el nostre, hem vist com perdiem la nostra competitivitat pel que fa a les tasques de menys valor afegit, en favor de països emergents que tenen uns costos de producció molt inferiors als nostres.

Per tant, necessitem concentrar-nos en les parts amb més valor afegit dels productes que oferim al mercat o bé definir nous productes que siguem els primers a produir, amb la possibilitat de liderar així una nova categoria de productes o bé, la tercera opció, que és oferir productes o serveis que no es puguin produir de manera deslocalitzada perquè la distància amb el client sigui un factor determinant (el comerç i molts serveis, per exemple). En aquest panorama, aspectes com els nous usos de les tecnologies, el disseny, la logística o la intel·ligència de mercat són elements que hem d'aprendre a dominar i utilitzar per generar els valors afegits que necessitem.

Parlar d'incorporar valor afegit vol dir parlar d'activitats en les que les persones aporten a la seva tasca una alta dosi de coneixement, innovació, creativitat, més utilització de tecnologia o més aportació de valors intangibles en els productes/serveis. La Unió Europea així va expressar-ho en definir, en el seu Consell Extraordinari de Lisboa, el març de l'any 2000, la seva estratègia cap a l'Europa de la innovació i el coneixement. A partir d'aquell Consell es van posar en marxa estratègies de desenvolupament econòmic a nivell europeu, primer, i posteriorment a nivell dels estats i de les regions.

## 2. I què passa amb els municipis?

Els municipis també rebem molt directament les conseqüències del procés de globalització de l'economia. L'impacte més dur n'han estat les deslocalitzacions que, no només tenen un impacte en l'economia del país, sinó que incideixen molt directament en l'economia del municipi al que afecten. Per tant, és evident que el fenomen global té una incidència directa en cadascun dels nostres municipis.

Afortunadament, però, la globalització representa no només amenaces, sinó també oportunitats que els municipis han de ser capaços de detectar i aprofitar. Efectivament, en el nou món globalitzat, la nova matèria prima per a la generació de riquesa és el coneixement. Per tant, municipis que no han tingut, històricament, una font clara de riquesa, poden, en el nou context, desenvolupar noves línies d'activitat econòmica a través del talent local.

En la meua opinió, això produirà canvis, a mig plaç, en la jerarquia actual de les ciutats i dels territoris, també dins de Catalunya. Efectivament, aquells llocs que siguin capaços

d'atraure més talent estaran en disposició de competir millor en el mapa global. D'altra banda, però, els que no sàpiguen adaptar-se al nou entorn global poden perdre ràpidament influència i, sobretot, activitat i prosperitat econòmica.

Els municipis, per tant, han de centrar les seves estratègies de desenvolupament econòmic en la retenció del seu talent local, l'atracció de nou talent, la posada en valor d'aquest talent i la creació de l'entorn més adequat perquè el talent pugui desenvolupar els seus projectes professionals i vitals sense haver de marxar a altres llocs.

### **3. Com construir les noves polítiques locals de desenvolupament econòmic?**

Afortunadament, l'economia basada en el coneixement permet una diversitat inacabable de possibilitats. Per tant, cada municipi pot trobar la seva línia de treball diferenciada o complementària d'altres. És a dir, tots els territoris tenen la possibilitat de trobar la seva pròpia via en la societat del coneixement. Però cal treballar-la i buscar-la intensament i fer-ho el més ràpidament possible. Aquest és un dels papers clau dels Ajuntaments que vulguin treballar a favor del teixit econòmic local: promoure i liderar la definició de les estratègies a seguir per l'economia local per tal d'adaptar-se a l'economia del coneixement.

Si reprenem el fet que les administracions superiors, de l'europea a la catalana, han posat en marxa polítiques de desenvolupament econòmic, la pregunta des dels municipis és "com aconseguim que el nostre municipi aprofiti al màxim totes les oportunitats que li ofereixen aquestes polítiques d'àmbit superior?". Per tant, els Ajuntaments tenen un segon paper essencial com a intermediaris entre les administracions superiors i el seu teixit econòmic i del coneixement. Efectivament, cada territori només pot abordar els canvis cap a la nova economia del coneixement si disposa d'un lideratge local. Les polítiques d'àmbit superior, per tant, poden beneficiar el nostre territori, però això serà possible, només, si, des del mateix territori, marquen la ruta a seguir i podem així «tibar» aquests recursos provinents de l'exterior.

En els apartats que segueixen, donem uns criteris a seguir per definir la política de desenvolupament local i també els elements imprescindibles que cal incloure en aquesta política.

#### 4. Criteris a considerar per definir la política de desenvolupament local d'un municipi/comarca

190

**4.1 Partir d'allò que el territori té** (indústria, coneixement, cultura, patrimoni, tradicions, natura, clima, etc.). Aquest aspecte és fonamental. Per basar l'economia en el coneixement; sembla evident que convé aprofitar tot el coneixement existent. Si partim d'allò que la gent coneix, que les empreses ja saben fer, podem avançar molt més ràpidament i amb moltes més probabilitats d'èxit. Si pretenem desenvolupar l'activitat local a partir d'activitats sense tradició en el territori, tenim moltes probabilitats de fracassar. És un error voler transformar-se en un territori "bio" o "TIC" o "aeronàutic" si no en tenim tradició i si, per tant, el territori no disposa ni d'empreses ni de professionals ni de treballadors qualificats, ni de centres de formació o tecnològics especialitzats en el tema escollit. No podem pretendre construir tot això que altres llocs ja tenen, segurament, funcionant a plè rendiment.

Al contrari, doncs, hem de veure aquest procés de canvi com una oportunitat en la que tenim, com a territori, l'oportunitat d'aprofundir i especialitzar-nos en la línia que considerem més interessant, però a partir de tot allò que ja tenim i coneixem.

**4.2 La col·laboració dels agents locals.** A l'hora de competir amb els territoris veïns, necessitem, de forma imperiosa, sumar totes les forces locals. Aquesta col·laboració té, almenys, 2 facetes diferents:

- En primer lloc, s'ha d'aconseguir un bon funcionament de la «triple hèlix» local. És a dir, sumar la força del sector empresarial i del coneixement a la de l'administració. Aquesta col·laboració és la que aconsegueix que les empreses incorporin R+D i que es difongui la cultura de la innovació. Si no és amb una col·laboració estreta entre els tres sectors, difícilment el territori tindrà èxit en la seva transformació cap a la nova economia.
- En segon lloc, la col·laboració público-privada és un altre element imprescindible. Les iniciatives que pugui emprendre l'administració en solitari tindran poc efecte si no es veuen recolzades pel sector privat, i viceversa.

És evident, per exemple, que la implicació empresarial en les infraestructures del coneixement, centres o parcs tecnològics, en multiplica la seva rendibilitat i eficàcia en la transformació de l'economia local. Per altra banda, la suma dels recursos econòmics, i de les voluntats que això implica, multiplica el potencial de desenvolupament econòmic del territori.

**4.3 Transformar la cultura de la societat.** Per retenir i atraure talent cap al territori, és important que les persones amb talent i iniciativa es trobin còmodes en l'entorn on han de viure. Per això cal transformar la cultura de la societat a favor de la innovació, de l'emprenedoria, de la recerca, de la tecnologia. Hauríem d'aconseguir, en una situació ideal, que la ciutadania valorés un empresari innovador o un científic de prestigi, tant o més que un esportista d'èlit o un cantant d'èxit.

191

En paral·lel amb el punt anterior, hem de detectar i fer aparèixer els innovadors del territori. Aquelles persones que tenen la capacitat d'imaginar noves formes de fer les coses, o nous serveis i productes, i de fer-los realitat. Aquelles persones que, segur que n'hi ha al nostre municipi, ja estan desenvolupant la seva activitat al mercat global o buscant noves vies per a la seva activitat, ja siguin empresaris, arquitectes, escriptors, recercaires, músics, mestres o artistes.

És important fer aquesta feina perquè aquestes persones es reconeguin entre elles, prenguin consciència que no estan soles i que es reforcin mútuament. També és important perquè la ciutat sàpiga que compta amb persones destacades que ja han fet el salt a l'economia global, i que poden ser un punt de referència que estimuli l'aparició de noves iniciatives.

**4.4 Establir connexions amb altres ciutats i territoris europeus.** Això permet a la ciutat estar en contacte amb realitats comparables d'altres països i aprendre i compartir experiències de treball local. L'Ajuntament és l'actor ideal per adoptar aquest rol i per implicar els altres actors locals en aquests intercanvis de coneixements i experiències sobre les millors maneres de treball conjunt a favor de l'economia del territori.

## 5. Els elements de la política de desenvolupament local

Tota política de desenvolupament local hauria de comptar amb 4 eixos de treball:

192

**5.1 Política d'infraestructures.** Cal treballar perquè el municipi disposi d'un mínim d'infraestructures en 3 àmbits: les infraestructures físiques -entre les que les de telecomunicacions tenen un paper dia a dia més determinant-, les del coneixement -centres universitaris, de recerca, d'art, de formació, etc.- i les de serveis a les empreses (incubadores, parcs tecnològics, polígons industrials, serveis de suport...). A més, és important per a la ciutat que alguna d'aquestes infraestructures sigui a nivell de país. És a dir, que algun dels equipaments sigui, no només d'àmbit local, sinó de referència per a tot el país en la seva especialitat per tal d'atraure, al seu voltant, talent qualificat d'alt nivell.

**5.2 Estímul de l'emprenedoria.** A banda de la dotació en infraestructures físiques, també cal treballar per millorar una altra infraestructura, la cultural. Es tracta de generar al territori la cultura de l'emprenedoria, que es valori l'emprenedor i, sobretot, aconseguir que la societat generi més emprenedors. Això és una novetat en les polítiques locals de desenvolupament que es van iniciar més de 10 anys enrere a través del suport a l'ocupació. El gir que cal fer ara -sense deixar de treballar per la ocupació de col·lectius amb dificultats- és el d'estimular i promoure l'emprenedoria perquè més i més persones optin pel desenvolupament dels seus propis projectes com a via de desenvolupament professional.

Hi ha aquí una important labor de sensibilització a fer que s'hauria de començar des de les escoles de primària i secundària. Si, tal com hem dit, es tracta d'aconseguir un canvi cultural a la societat, l'hem de començar a treballar des de les primeres etapes de la vida dels nostres ciutadans i, és obvi, amb un horitzó de resultats a llarg termini.

**5.3 Suport a la creació d'empreses.** La sensibilització proposada en el punt anterior ha d'anar acompanyada d'una política de suport i facilitació de la creació d'empreses. Vull precisar que, en parlar de creació d'empreses, no em refereixo a l'autoocupació, per a la que ja estan prestant serveis molts ajuntaments, sinó a

l'assessorament per a la creació i consolidació d'iniciatives amb potencial i vocació de creixement en llocs de treball. Ha de ser així si volem treballar per l'aparició de noves empreses que impulsin l'ocupació de qualitat en el futur.

I per recolzar l'aparició de noves empreses, necessitem dues peces clau. Per una banda, els serveis d'atenció a l'emprenedor i creació d'empreses. Per l'altra, la possibilitat d'oferir als emprenedors que volen desenvolupar el seu projecte, un viver/incubadora d'empreses en el que establir-se, rebre suport i estar envoltats d'un ambient dinàmic i viu d'empreneduria.

193

M'agradaria afegir la necessitat de crear –i visualitzar, d'això en parlarem en el punt 5 d'aquest apartat- un autèntic recorregut de l'emprenedor que permeti, a aquell jove que surt de les escoles amb una idea a desenvolupar, saber que comptarà amb recolzament en les diferents etapes de la seva aventura: des del primer assessorament per desenvolupar el seu pla de negoci fins al Parc Tecnològic o el Polígon Empresarial, passant per la formació, el finançament, el coaching, les instal·lacions, la tecnologia, el disseny, etc.

**5.4 Suport al teixit productiu local.** Hem parlat de la creació de noves empreses, però un objectiu prioritari ha de ser el recolzament a les empreses existents per acompanyar-les en la seva reorientació. Efectivament, el nostre teixit empresarial format essencialment per pimes i micropimes té dificultats importants per incorporar innovació i tecnologia, fer prospecció estratègica de mercats o de productes o també per aconseguir definir productes propis. Cal ajudar aquestes empreses en aquests processos de canvi estratègic.

Molts dels nostres municipis i comarques tenen la sort de disposar d'un teixit productiu especialitzat en algun àmbit determinat. Podem citar com a exemples els mobles a La Sènia, la carn a Olot o les aixetes al Baix Llobregat. En aquests casos hem de treballar per tal d'ajudar aquests grups d'empreses a organitzar-se com a clúster local. És a dir, aconseguir passar de ser un grup d'empreses, molt sovint competidores en un mateix segment, que col·laborin sumant esforços (ja sigui en compres, distribució, recerca, màrqueting o internacionalització) per tal d'abastar mercats més amplis i ambiciosos.

**5.5 Política de comunicació** adreçada a aquells agents als que volem servir (empreses i emprenedors locals) i aquells als que volem atraure (empreses, emprenedors, professionals, artistes, creadors, estudiants universitaris,...). Efectivament, per competir amb altres territoris i atraure, ens és imprescindible comunicar. I aquesta comunicació ha de tenir dues vessants ben diferents. Per una banda, una comunicació orientada cap als nostres ciutadans i empreses que han de conèixer les eines i els recursos que posem a la seva disposició, però també han de poder generar comunicació i sinergies entre ells. Aquí hi entren especialment les eines telemàtiques: webs, butlletins electrònics o comunitats virtuals.

Per altra banda, una comunicació orientada cap a la resta del país per tal de presentar tot allò que la ciutat té per oferir a empreses, professionals, o estudiants. Aquí, de nou, tenen interès les eines telemàtiques, però també la presentació de ponències en jornades, l'organització de jornades i congressos, les habituals edicions de fulletons de serveis o memòries, o la informació regular a la premsa de notícies destacades del territori.

## 6. Com posar en marxa una política de futur per al meu municipi?

Arribats a aquest punt i un cop descrita tant la situació com els criteris i els elements a considerar, la gran pregunta que es planteja qualsevol responsable de la política de desenvolupament econòmic en un territori pot ser "com posar en marxa la política més adequada al meu municipi"? Com decidir quines són les línies a treballar? Quines són les actuacions a desenvolupar en cada línia? Com mobilitzar els agents locals? Com aconseguir alinear els objectius i les voluntats del territori per aconseguir dur a terme amb èxit la transició de l'economia del municipi cap a la nova economia del coneixement?

Una bona resposta a totes aquestes preguntes és el Pla d'Innovació Local. El Pla d'Innovació Local no és només el que ens definirà les línies a seguir, sinó que ha de ser, sobretot, el procés que permeti involucrar tots els agents econòmics i del coneixement locals en la definició de la manera com la ciutat vol afrontar el repte de l'economia del coneixement. Només amb aquesta implicació dels agents durant la definició de l'estratègia és possible aconseguir la implicació en el posterior desenvolupament de l'estratègia acordada.



Efectivament, torno a dir que l'administració per sí sola no té la capacitat de modificar l'activitat econòmica d'un territori. Com a molt, pot liderar el procés de reflexió i definició i, posteriorment, endegar algunes de les iniciatives i participar en la coordinació del conjunt de les actuacions, moltes de les quals haurien de ser liderades per altres agents locals.

El primer pas per desenvolupar el Pla seria disposar d'un consultor expert i compromès (que no es limiti a recollir idees i opinions i aplegar-les en un document, sinó que porti també coneixement, idees i propostes d'actuació).

195

A continuació, cal elaborar una llista de persones relacionades amb la ciutat que es pensi que poden realment aportar visions significatives i enriquidores al treball. No estem parlant, forçosament, de les personalitats institucionals de la ciutat, sinó de persones que tinguin una cultura global i que coneguin cap a on va el seu àmbit particular en el futur: en podríem dir agents d'innovació. Poden ser, per tant, empresaris, docents, artistes, investigadors, financers, activistes o polítics. Ens convé recórrer a aquelles persones del territori que han emigrat per desenvolupar les seves carreres professionals i vitals en altres ciutats o països. Habitualment, aquestes persones estan encantades de retornar a la seva ciutat una part del coneixement que ells han pogut adquirir al llarg d'anys d'experiència.

El consultor, a partir de la informació que tingui disponible sobre el territori i de les entrevistes en profunditat que faci a aquests agents d'innovació, haurà d'elaborar una proposta amb les línies estratègiques i les accions proposades per a cadascuna d'elles.

Per tal d'implicar en el procés, no només els agents d'innovació, sinó també el conjunt d'agents locals –econòmics, universitaris, sanitaris, educatius, culturals o socials-, cal informar-los de forma oberta del procés en diferents moments, des de l'inici del mateix fins a la presentació de les conclusions finals preveient també algunes sessions de debat.

Si el consultor és adequat, els agents d'innovació ben escollits i el procés d'informació-implicació ben realitzat, podem acabar el Pla d'Innovació comptant amb les línies més encertades, les accions adequades i un conjunt d'agents locals disposats a sumar-s'hi.